

商標法における地域ブランドの保護の在り方について

平成 24 年 9 月

1. 現行制度の概要

(1) 地域団体商標制度について

地域団体商標制度は、地域の産品等についての事業者の信用の維持を図り、地域ブランドの保護による我が国の産業競争力の強化と地域経済の活性化を目的として、いわゆる「地域ブランド」として用いられることが多い「地域の名称」及び「商品（役務）の名称」等からなる文字商標について、登録要件を緩和するものであり、平成 18 年 4 月 1 日より施行されている。

「地域の名称」と「商品（役務）の名称」等からなる文字商標については、事業者が広く使用を欲する商標であり一事業者による独占に馴染まない、一般的に使用をされるものであり自他商品（自他役務）の識別力を認めることができないといった理由から、商標法第 3 条第 1 項各号に該当し、商標法第 3 条第 2 項に該当する場合を除き商標登録を受けることができないところ、地域団体商標制度においては、商標法第 3 条第 2 項よりも登録要件を緩和し、同項の適用にあたり実務上要求される商標の認識範囲及び程度よりも範囲が狭くまた程度が低い場合であっても商標登録を受けられるようにしている（商標法第 7 条の 2）。

(2) 地域団体商標制度の運用状況

地域団体商標制度は、平成 18 年 4 月の制度施行以降、平成 24 年 8 月 31 日時点で、計 1,021 件の出願があり、そのうち 523 件が登録となっている¹。

2. 地域ブランドを取り巻く状況

(1) 地域団体商標における地域ブランドの保護

地域団体商標については、上記のとおり、500 件を超える地域ブランドが登録されており、権利取得者の努力と相俟って、地域の活性化や地域産業の発展に相当程度の貢献を果たしているものと評価されているところである。その一方で、地域団体商標制度の登録要件に関する指摘・要望が寄せられており、第 18 回知的財産政策部会においても、より利用しやすい制度とすることで地域の活性化につなげるべきとの指摘を受けているところである。その具体的な内容は、主に以下の点に集約されると考えられる。

①主体に関する事項

地域団体商標を出願できる者は、法人格を有する事業協同組合その他の特別の法律により設立された組合又はこれらに相当する外国の法人であって、かつ、その法

¹ 出願係属中のものは約 70 件。したがって、最終処分が確定したもの（出願取下を含む。）のうち登録が認められた率は 55% となる。

人の設立根拠法において構成員たる資格を有する者の加入を不当に制限してはならない旨が規定されている（加入の自由が保障されている）ものに限定されている。

このため、実際に地域ブランドの普及に中心的に取り組んでいる者が、上記に該当しない者（例えば、商工会、商工会議所、特定非営利活動法人等）である場合には、新たに上記に該当する団体を設立するか、又は、上記に該当する団体を出願人とするように地域内での調整をする等しなければならず、結果的に、地域ブランドの名称の商標権としての保護が困難又は遅れてしまっている。

特に、近年、「新たな地域ブランド」として注目され、その普及に向けた活動が活発になされているご当地グルメ²については、伝統的な地域ブランドとは異なり、その取組を束ねる主体は、事業協同組合のほか、現行の地域団体商標の主体に該当しない商工会、商工会議所、特定非営利活動法人等の場合もある³。

②客体に関する事項

地域団体商標として出願できる商標は、「地域の名称」と「商品（役務）の名称」等からなる文字商標に限定されており（商標法7条の2第1項第1号ないし第3号）、これに該当しない構成からなる商標については、地域団体商標として登録を受けることができない。したがって、「商品（役務）の名称」を含まない商標（「地域の名称のみからなる商標⁴」、「商品の産地等である地域を認識させる商標⁵」）は、地域団体商標として商標登録を受けることができない。一方、諸外国においては、このような表示についても、地理的表示又は商標権として保護されている。

③周知性に関する事項

地域団体商標として登録されるには、その商標が使用をされた結果、「自己又はその構成員の業務に係る商品又は役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されている」こと（周知性）が求められている。

この要件について、現行の審査基準・運用においては、例えば、隣接都道府県に及ぶ程度の周知性が求められるが⁶、拒絶査定となった出願について、その理由を

² 「黒石やきそば」、「浪江やきそば」等のいわゆるB級グルメと言われているものを想定。

³ 商工会、商工会議所、特定非営利活動法人は、平成18年の商標法改正において、団体商標の商標登録を受けることができる主体として追加されている（商標法第7条）。さらに、これらの団体については、その設立根拠法において加入の自由が保障されている。

・商工会法第14条

「商工会は、会員たる資格を有する者が商工会に加入しようとするときは、正当な理由がないのにその加入を拒み、又はその加入につき不当な条件を附してはならない。」

・商工会議所法第16条

「商工会議所は、会員たる資格を有するものが商工会議所に加入しようとするときは、正当な理由がないのに、その加入を拒み、又はその加入につき不当な条件を附してはならない。」

・特定非営利活動促進法第2条第2項第1号イ

「社員の資格の得喪に関して、不当な条件を付さないこと。」

⁴ 例えば、フランスのワインの名称「Champagne」、「Bordeaux」等。

⁵ 商品の産地等を表す地域の名称を標章の構成中に含んでいないが、その標章がその商品の産地等である特定の地域を認識させる商標のことであり、例えば、ギリシャのチーズの名称「Feta（ギリシャ語で「薄く切る」という意味）」等を想定。

⁶ 商標審査基準 第7 第7条の2 一、第7条の2第1項柱書6.（1）

「本項柱書にいう「需要者の間に広く認識されている」とは、商品又は役務の種類、需要者層、取引

分析した調査によると、ほとんどの案件に対して、この周知性についての証拠書類の不備による拒絶理由が通知されている⁷。

④地域団体商標の権利取得後に関する事項

地域団体商標は、発展過程にある地域ブランドの名称について、より早期に商標登録を認めることにより地域経済の活性化等を図ることを目的とするものであるが、実際に登録を受けた権利者は、商標権を含む知的財産権の活用に関するノウハウに通じた者ばかりとはいえない。そこで、商標登録後の商標の活用や地域ブランドの更なる普及等について、権利者を支援する方策を講じることはできないか。

(2)「地理的表示」の保護を巡る状況

地域団体商標によって保護される表示と類似する表示として「地理的表示」がある。我が国における「地理的表示」の明確な定義はないが、T R I P S 協定第 22 条 1 項によれば、地理的表示とは、「ある商品に関し、その確立した品質、社会的評価その他の特性が当該商品の地理的原産地に主として帰せられる場合において、当該商品が加盟国の領域又はその領域内の地域若しくは地方を原産地とするものであることを特定する表示」とされる。

この地理的表示について、諸外国においては、特別な制度⁸又は商標権⁹としての保護が図られているが、その保護制度・保護の内容は国・地域によって様々である。

我が国においては、T R I P S 協定に定める地理的表示の保護は、商標法、不正競争防止法、酒税の保全及び酒類業組合等に関する法律等により担保されてきたところであるが、これらによる保護に加え、我が国の農林水産物・食品の地理的表示の保護制度を導入することが提言されている¹⁰。これを受け、農林水産省において「地理的表示保護研究会」が本年 3 月より開催され、我が国における地理的表示の保護の在り

の実情等の個別事情によるが、全国的な需要者の間に認識されるには至っていないとも、一定範囲の需要者、例えば、隣接都道府県に及ぶ程度の需要者に認識されていることを必要とする。」

⁷ 特許庁 「平成 20 年度商標出願動向調査報告書―地域団体商標に係る出願戦略等状況調査―」 平成 21 年 3 月

⁸ 例えば、欧州においては、農産物及び食品の「地理的表示」を保護するにあたり、「地理的表示及び原産地名称に関する理事会規則」による特別な制度を有している。

⁹ 例えば、米国においては、地理的表示は証明商標として保護されている。米国の登録例として、商標「MAUI」:指定商品「タマネギ」(1790888)、商標「COLOMBIAN」:指定商品「コーヒー」(1160492)。

¹⁰ 『我が国の食と農林漁業の再生のための基本方針・行動計画』(平成 23 年 10 月 25 日食と農林漁業の再生推進本部)

Ⅲ【戦略 2】(3) 国産農林水産物・食品の輸出戦略の立て直し等

②我が国の高品質な農林水産物に対する信用を高め、適切な評価が得られるよう、地理的表示の保護制度を導入する。

『知的財産戦略推進計画 2012』(平成 24 年 5 月 29 日知的財産戦略本部)

2. 日本を元気にするコンテンツ総合戦略 ② (ロ) クールジャパンの人気の拡大・定着
・地理的表示保護制度の導入

我が国の高品質な農林水産物・食品に係る地理的表示 (G I) の保護制度を導入し、ブランドイメージを保護するとともに、輸出促進を図る。

方について検討が進められている¹¹。

3. 検討

(1) 地域団体商標の登録要件

①主体要件について

現行の地域団体商標の主体要件は、法人格を有する事業協同組合その他の特別の法律により設立された組合又はこれらに相当する外国の法人であり、設立根拠法において構成員たる資格を有する者の加入を不当に制限してはならない旨（加入の自由）が規定されているものに限られている。

地域団体商標として登録される地域の名称及び商品（役務）の名称等からなる商標は、本来、地域における商品の生産者や役務の提供者等が広く使用を欲するものであり、一事業者による独占に適さない等の理由から商標法第3条第1項各号（特に第3号や第6号）に該当するとして登録が認められなかったものであることから、商標の識別性・独占適応性の観点より、主体要件の緩和には慎重な検討が必要である。しかしながら、地域ブランドの名称を保護することで地域経済の活性化等につなげるという制度趣旨からすれば、上記の観点を考慮しつつ、地域団体商標の主体として適切な団体があれば、それらを地域団体商標の主体として追加することについて検討を進めるべきではないか。

②客体要件について

地域団体商標として出願できる商標は、「地域の名称」と「商品（役務）の名称」等からなる文字商標に限定されており（商標法7条の2第1項第1号ないし第3号）、「商品（役務）の名称」を含まない商標は地域団体商標の対象から除外されている。「地域の名称のみからなる商標」を保護対象としなかったことについては、地域の名称のみが商標として使用されることはまれであること、地域の名称のみの商標についても登録を認めると、類似商品（役務）に地域の名称のみを使用したときには権利侵害となり、同一又は類似の名称の地域において他の商品（役務）を生産・販売、提供等する者による地域の名称の正当な使用を過度に制約し、その事業活動を萎縮させるおそれがあるためと説明されている¹²。

他方で、外国の商品を始めとして、「地域の名称のみからなる商標」及び「商品の産地等である地域を認識させる商標」を使用した商品が現に流通している実情もある。そのため、これらを商標権として保護することは、その商標に化体した事業者の信用の保護及びその信用を信頼している需要者の保護にも資するものであるが、このような商標の地域団体商標としての保護についてどのように考えるか。

③周知性要件について

地域団体商標制度は、商標法第3条第2項よりも緩やかな要件で商標登録による

¹¹ 農林水産省 地理的表示保護研究会 <http://www.maff.go.jp/j/shokusan/tizai/other/gikenkyu.html>

¹² 特許庁総務部総務課制度改正審議室編 『平成17年商標法の一部改正 産業財産権法の解説』 P

独占を認めているが、地域団体商標として登録を認めるためには、少なくとも第三者による自由な使用を制限してまでも地域の名称及び商品（役務）の名称等からなる商標を保護すべきであるといえる程度に当該商標に信用が蓄積されていることが必要である。また、地域団体商標制度の目的の一つが、第三者による商標に化体した信用への便乗を排除しうるように措置することにある以上、保護対象とする商標は、第三者による便乗使用のおそれが生じうる程度に信用の蓄積がされているものに限定すべきである。そこで、商標が使用された結果、出願人である「団体又はその構成員の業務に係る商品若しくは役務を表示するものとして需要者の間に広く認識されている」こと、すなわち、商標が周知となっていること（周知性）を地域団体商標の登録要件としている。

そして、この要件は、当該地域団体商標の出願人としての適格性を判断する上での重要な判断基準でもあることから、周知性の要件を安易に緩和することは、かえって地域における混乱を生じさせるおそれがあることにも十分配慮する必要がある。

他方で、周知性の判断が厳格にされすぎているとの指摘を踏まえ、地域団体商標制度の趣旨に則り、地域団体商標の構成、その商品・役務の種類、その商品・役務の取引慣行、取引者・需要者層、地域の実情等をより考慮した上で、周知性の判断を行う必要があるのではないかと。

あわせて、これらの諸論点に関し、「知的財産推進計画2012」において、証明商標について検討することが求められている¹³ことを踏まえ、地域団体商標による手当の検討と並行して、証明商標による手当の可能性についても検討する必要があるのではないかと。

（２）地域団体商標の権利取得後の支援の在り方について

地域団体商標制度の更なる普及を図るため、特許庁では、「地域団体商標」のブックレットを平成19年から毎年発刊している。当該ブックレットは、地域団体商標制度の内容や地域団体商標を取得し、それを活用し、特産品の付加価値向上や市場拡大に成功した事例を紹介したもので、全国の自治体や商工会、商工会議所等の地域ブランドの振興による地域支援を行っている団体を中心に配布している。

その他、各地で行われるセミナーへの講師派遣、組合等への訪問、特許庁ホームページでの情報発信などを通じ、地域団体商標制度及びその活用事例に関する広報活動を行っているところであるが、これらに加え、地域団体商標の活用による経済効果の促進など、更なる普及促進策を検討する必要があるのではないかと。

¹³ 『知的財産戦略推進計画2012』（平成24年5月29日知的財産戦略本部）

1. 知財イノベーション総合戦略 ①（イ）国際的な知財システムの強化

・商標の保護対象の拡大に向けた検討の加速

「需要者に提供される商品や役務の品質などを証明する標識を保護するための商標制度の在り方について検討を行う。」